

工行张店支行

注重细节管理提升服务水平

工商银行张店支行坚持以客户为中心,注重更新服务理念,从细节入手,全面强化服务管理,营造良好服务环境,提高服务效率,不断提升服务水平。

一是细化服务管理,营造优雅环境。井然有序的营业环境是给客户的第一印象,该行按照统一的网点服务规范标准,重新布置营业大厅内的服务台、填单台、排队机等服务设施设备布局,规范各类公示

牌匾、宣传资料的摆放张贴,配备配齐专职保洁员、保安员等,大堂经理随时检查大厅及自助区的卫生环境,让客户进入大厅从视觉上有一种“美”的享受。

二是细化大堂服务,营造温馨窗口。该行制定了大堂经理、柜员、保安等一日工作流程,倡导用心服务,突出以人为本和人文关怀,关心、关注客户的感情需求心理,真心尊重客户,从严要求和执行规范

的服务用语,柜员对客户的第一句话必须说普通话,统一着装注重仪容仪表,实施站立服务和微笑服务,用一句真诚的问候,一个浅浅的微笑,一项项细小的服务环节让客户体验工行的温暖,营造优质服务氛围。

三是细化工作考核,提高服务质量。该行加大服务考核力度,将客户满意度、客户投诉作为主要考核项目,增加服务专项考核权重,各网点将大

堂经理、现金柜员、低柜柜员实施分类考核,充分调动工作积极性。同时,该行在各营业网点开展争创服务明星活动,按照客户评价系统客户满意度统计数据,每月评选服务明星,对服务好、业务技能高的柜员在季度考核中加分奖励,对被客户投诉的柜员在考核中扣减绩效,有效调动了员工热情服务客户的积极性,服务质量和效率不断提升。

(郑成)



看球感冒喝高都能投保理赔

奇葩险种搭世界杯顺风车,保障范围有限,购买者寥寥

熬夜看世界杯导致重感冒、喝酒喝高了导致急性酒精中毒、看中的球队没能进入小组赛……你知道吗?世界杯期间,这些都能投保理赔。近日,搭着世界杯顺风车,诸如“看球喝高险”、“夜猫子险”、“足球流氓险”、“吃货险”、“遗憾险”等一批五花八门的奇葩保险通过网络及微信平台密集上市。

此前推出“高温险”的众安在线财产保险股份有限公司是世界杯保险的热推者之一。该保险公司天猫官方旗舰店目前在售的全是和世界杯有关的险种:夜猫子险、看球喝高险、足球流氓险和吃货险。据介绍,这四份保险的保费均为3元,可获得最高1万元的身故保障,2000元的意外伤害医疗费用和200元的意外伤害门诊费用,期限均是30天,不能退保。夜猫子险保障的是猝死和急性上呼吸道感染医疗;喝高险保障的是急性酒精中毒身故和医疗费用;足球流氓险是被保险人遭抢劫或其他意外伤害导致的身故残疾及医疗费用保障;吃货险是保障急性肠胃



一边喝啤酒,一边看世界杯是很多球迷的选择。 本报记者 王鸿哲 摄

炎身故、急性肠胃炎医疗。撩开“花哨”的面纱,其实产品本身有其“保险”的身影。就拿“看球喝高险”和“喝麻险”来说,其实就是短期的醉酒医疗险;“夜猫子险”、“吃货险”、“足球流氓险”也都是短期的保障急性上呼吸

道感染、急性肠胃炎的医疗险,以及短期意外险。“上述产品名称虽然花哨,但分析保险条款可以发现,大多数产品实质上是短期的意外险和健康保险。”保险行业协会相关人士表示,上述保险产品保费不高,

但产品往往针对某一项风险进行保险,例如肠胃炎、猝死等,保障范围非常有限。根据淘宝记录,截至12日下午,众安的四款世界杯系列产品共售出29件,安诚也仅售出42件。而此前众安的“高温险”卖出了5.28万份。

国际金价小幅走强

伦敦汇市周一(6月16日),随着伊拉克冲突的升级引发避险需求上升,国际金价有所走强。

辉立期货分析师Howie Lee表示,由于伊拉克形势依然震荡,本周黄金料上扬。并称,黄金在当前的1282美元水准附近,在遭遇强劲阻力前似乎还有很多上涨空间。首道阻力料在1292美元。

本周的焦点将是美国联邦公开市场委员会(FOMC)的政策会议。预计,FOMC将在本周晚些时候的会议上发布偏紧缩声明,可能让黄金多头有所顾忌。

自6月3日触及4个月低点约1240美元后,黄金已缓慢走高,轻松解除稍早高点。上周四金价上破5月28日高点(近1267美元),这被视为富有希望。

尽管如此,若要见更大上行动力,黄金将需解除5月27日突破高点1292美元。在此之前,55日和200日均线分别位于1286美元和1287美元。

其他贵金属方面,现货铂金和钯金周一均涨约1%,供应担忧缓解曾拖累价格上周大跌。

央行定向降准 扩至股份制银行

经相关银行向央行主动沟通,日前央行已经决定将定向降准扩大至股份制银行,民生银行和兴业银行分别被允许降低0.5个百分点,预计释放资金量大约在200亿元以上。

我国6月16日起将正式实施年内第二次定向降准,符合审慎经营要求且“三农”和小微企业贷款达到一定比例的商业银行将下调人民币存款准备金率0.5个百分点。

此前报道称,本次定向降低存款准备金率,将使大约2/3的城商行、80%的非县域农商行和90%的非县域农合行,增加支持三农和小微企业的资金。这已是近两个月人民银行第二次出台定向降准政策了。4月25日,央行首次实施定向降准,现在,释放出来的资金已大部分投入到了三农生产当中。

明年起财政资金建农村公路须“七公开”

日前,交通运输部发布《关于推行农村公路建设“七公开”制度的意见》。从今年开始,利用公共财政资金的农村公路建设项目应逐步施行“七公开”;从明年起,所有利用公共财政资金的农村公路建设项目必须施行“七公开”。

农村公路建设项目“七公开”包括建设计划、补助政策、招投标、施工管理、质量监管、资金使用、工程验收七个方面。

交通运输部公路局相关负责人表示,要通过推行“七公开”制度,规范农村公路建设行为,提升农村公路建设质量。

相关链接

险企抢滩世界杯 噱头还是创新?

这些世界杯保险产品究竟是噱头还是创新,业内对此看法很不一致。

这类保险的特点在于:期限短,保费低,保障范围针对某一项风险。这是典型的“产品碎片化”思维,也是目前国内保险公司正在逐步开始尝试的一种产品革新。传统的保险产品组合,往往追求的是保障多而全,产品中未必每个保险责任客户都需要,但都需要为之付费,在信息不对称的情况下,只能被动接受保险公司提供的各类产品套餐。眼下不少保险公司正在尝试打破这种行业传统,将保险产品的设计“碎片化”和“通俗化”。

有观点认为,博彩和保险有共通之处,用轻松的方式销售保险不失为一种创新手段,而且这类保险并不能成为保险公司长期耕耘的“主流险种”,娱乐性大于实用性。但也有人认为,保险产品不应脱离保险本质,包括大数法则、补偿原则等。

利用节日营造理财产品购买氛围已不具有优势

银行理财不再热衷节日攀亲

儿童节专属理财产品、端午节专享理财、母亲节温情存单……按近年惯例,每逢节假日,银行总会找到合适的噱头推销其理财产品。15日是父亲节,银率网统计显示,截至6月12日,共有4家银行发行了6款“父亲节”专属理财产品,平均预期收益率5.48%,平均投资期限145天。

大多数银行均未发售“父亲节”专属理财产品。理财分析师认为,投资者对节日噱头的理财产品已经审美疲劳,利用

节日营造理财产品购买氛围这招已经不再具有优势。这让银行开始减少推出节日理财产品,减少发行量。据银率网数据库统计,今年端午专属理财产品发行数量同比减少30%以上,母亲节专享理财产品同比减少20%以上。

与此同时,相关理财产品的平均投资期限也变长,“父亲节”专属理财产品由去年的49天,增长至145天。理财分析师表示,今年以来理财产品平均投资期限整体延长,这意味着

银行开始重视理财产品资金长期循环,以节省管理成本。

与客户群体已经较成熟的银行相比,互联网金融浪潮下各种推出了类似余额宝业务的第三方支付平台则开始效仿,打起了节日旗号和亲情招牌。

一位银行资深理财人士直言,其实银行各类节日主打理财产品与其他普通理财产品差别不大,也就是换个说法吸引大家购买,不排除其中有噱头成分。比较母亲

节理财产品和其他日常发行的产品不难发现,其差异仅在于投资期限和起购金额,收益率、投资人群等特色并不突出,很难看出有“专门针对妈妈们”的迹象。

对市民而言,无论是表达对子女的关爱,还是对父母的感激,无论是购买黄金制品还是投资理财产品,无论是借助第三方支付机构还是互联网金融,都应了解这是投资行为,最好按需求下单购买。